```
**************************************************************
*                                                            *
*     LES MAGAZINES DIGITAUX PRE ET POST INTERNET            *
*                                                            *
*   ÉTUDE D'OBJETS ÉDITORIAUX UNIQUES ET INSPIRANTS          *
*                                                            *
**************************************************************
```

YOUR OPTIONS ARE - TABLE DES MATIÈRES

[DISK 1]

? = ABSTRACT..... 7

F = INTRODUCTION..... 11

C = ÉCRIT..... 13

S = ANNEXES..... 21,35,57,65 à 71

T = GLOSSAIRE..... 75

A = FRISE CHRONOLOGIQUE..... 79

B = BIBLIOGRAPHIE ET SITOGRAPHIE..... 83

[DISK 2]

= SONDAGE

PLEASE SELECT ONE OF THE ABOVE @

ABSTRACT

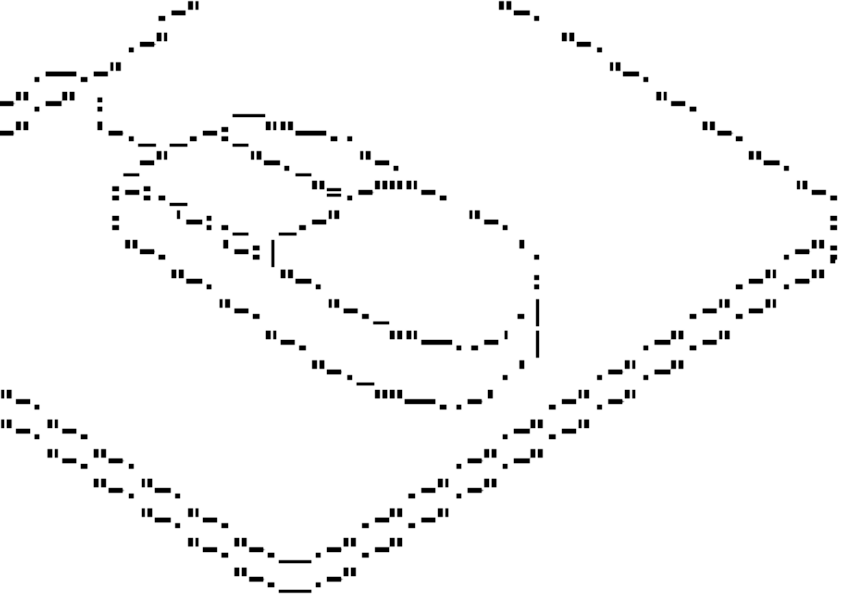
LANGUAGES

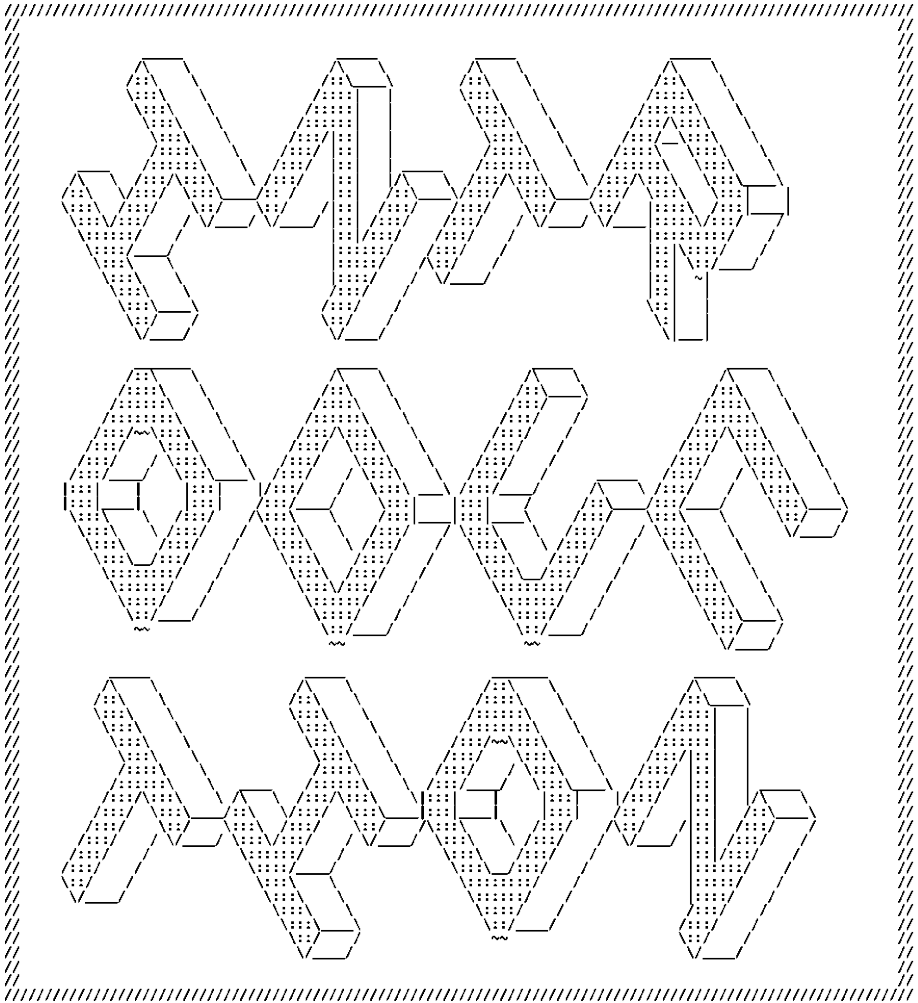
A = ENGLISH

B = FRANÇAIS

This thesis explores the evolution of digital magazines, from their origins in niche, independent circles to their current role in commercial strategies, marking a significant departure from traditional print formats. The transition to digital media has not only altered the medium itself but has also transformed how content is perceived and engaged with, enabling the integration of multimedia elements (video, audio, animation) and interactive interfaces that enhance the user experience. The study examines digital publications that often emerge from marginal or niche spaces, which, despite attempts at mass commercialization, remain relatively obscure. This evolution highlights a shift from physical, tactile formats to fully digital forms, reflecting a broader trend of obsolescence for physical media and the rise of more fluid, dematerialized formats. While this shift has made content more accessible, it also comes at the cost of the tactile authenticity that physical objects once provided. Additionally, the paper delves into the retro-inspired aesthetics of early internet culture, noting how constraints from older technologies, such as low-resolution graphics, have influenced modern digital design. These limitations, rather than being seen as obstacles, have become defining elements of certain visual styles, often celebrated today for their simplicity and pixelated geometry. It also addresses the influence of standardized software on visual trends and the implications for graphic designers who choose to work with outdated or unconventional tools. By examining the relationship between tools, media, and form, this study reflects on how our connection to digital media—whether through nostalgic formats like floppy disks, CD-ROMs, or physical media—shapes our understanding of ownership in an increasingly online world.

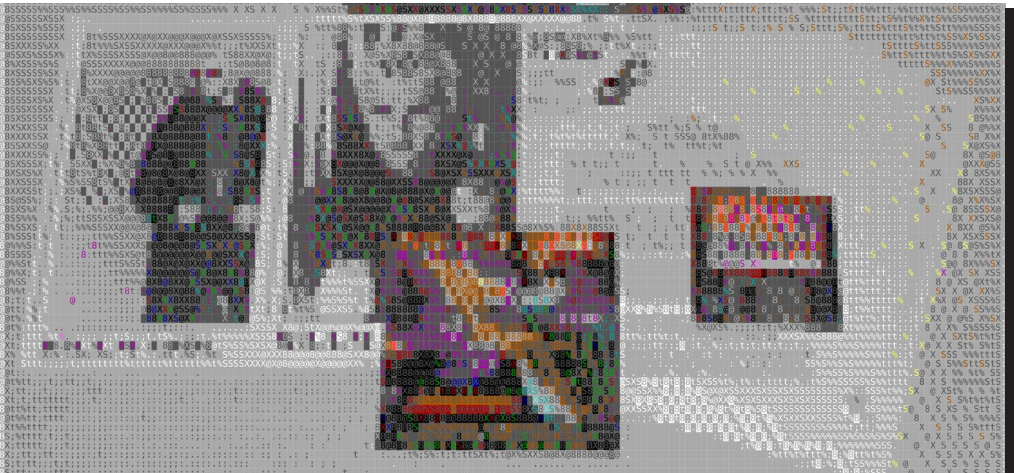
PRESS ANY KEY TO CONTINUE





En 1993, le musicien de la scène punk-rock Billy Idol sort un nouvel album-concept *Cyberpunk*[1], né de son intérêt nouveau pour la culture cyber. Suite à son récent engouement pour l'utilisation des ordinateurs dans le processus créatif, l'artiste emploie un certain nombre de moyens innovants pour promouvoir ce projet, dont une édition spéciale sur disquette, une première pour l'industrie. [1] L'album avait pour objectif de montrer aux auditeurs d'Idol et aux autres musiciens de l'époque les possibilités offertes par les outils numériques. La conception de ce support est confiée à la jeune artiste multimédia basée à Los Angeles **Jaime Levy**, alors directrice de deux magazines électroniques distribués sur disquette *Cyber Rag* et *Electronic Hollywood*.

Ces magazines atypiques se présentaient alors sous la forme d'interfaces interactives conceptuelles et renfermaient des contenus variés: images, collages sonores, animations, critiques de concerts, écrits et même des jeux qui, associés, créaient une expérience unique. Ce patchwork de médias se présentait sous une esthétique très marquée : celle des débuts de la démocratisation des ordinateurs personnels et le développement précoce des communautés d'Internet, qui témoigne aujourd'hui d'une autre époque.



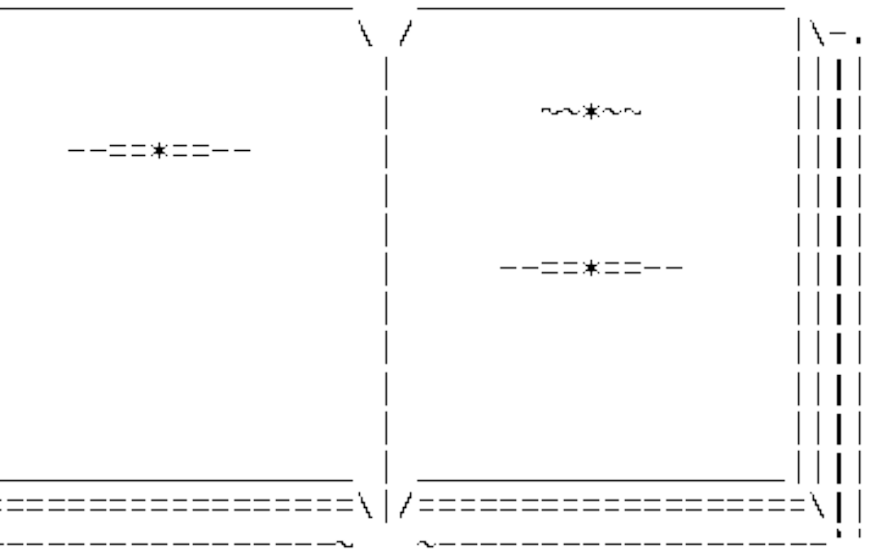
À l'avènement d'Internet[2], les communautés éditoriales alternatives prennent conscience de la nécessité d'intégrer l'ordinateur dans leurs productions, confrontées à l'inévitabilité de la transition du papier vers des formats numériques, qui apportent avec eux de nouveaux outils et supports, spécialement conçus pour les environnements numériques et qui n'existaient pas dans l'édition imprimée.

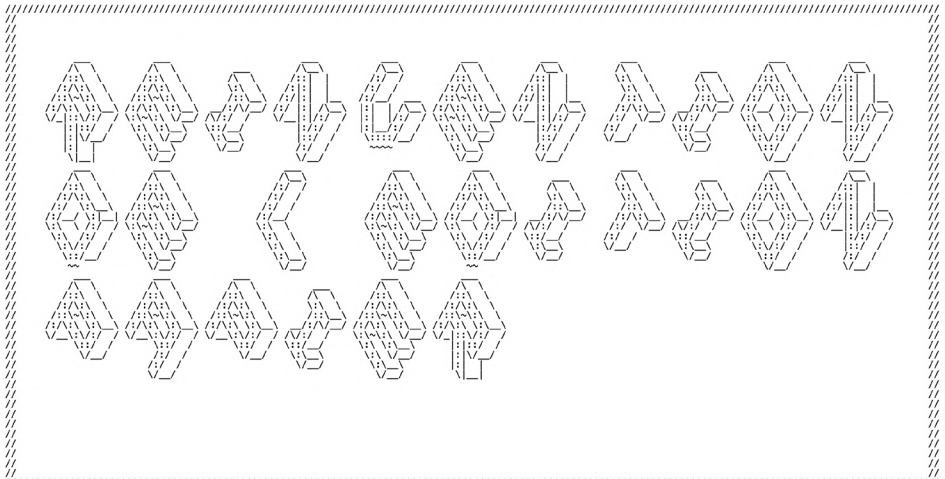
À travers un panorama chronologique, **nous explorerons comment les magazines digitaux alternatifs illustrent l'interdépendance entre l'outil, le format et l'esthétique graphique.** Ce mémoire s'intéressera à ces supports oubliés (disquettes, CD-ROM, pixel-art, GIF, etc.) qui ont expérimenté des formats et des langages visuels émergents, aujourd'hui obsolètes. **Nous examinerons en quoi ces créations singulières restent une source d'inspiration contemporaine, tant par leur usage novateur des supports que par leur esthétique unique et leur créativité.**

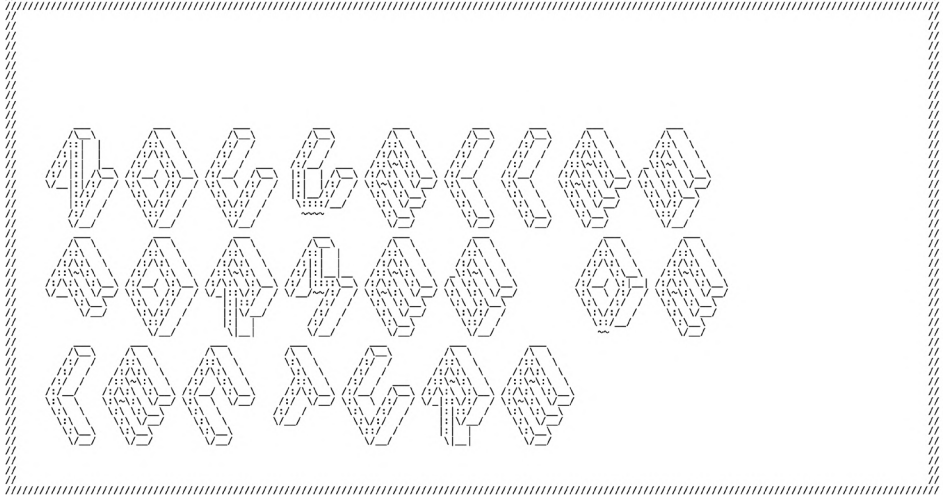
[1] *Cyberpunk*, Billy Idol, publié par Chrysalis Records, 1993. Édition spéciale vendue avec une disquette concue par Jaime Levy

[1] annexe page 65

[2] frise chronologique page 75

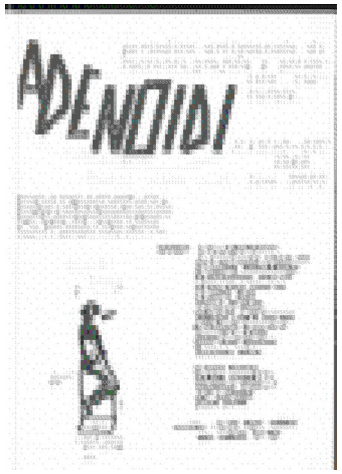




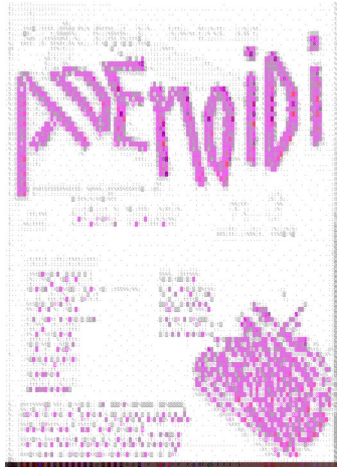


« À partir de la fin des années 1980, n'importe qui pouvait faire l'acquisition d'un logiciel de Publication Assistée par Ordinateur (PAO) dans une boutique d'informatique désormais, le simple fait de posséder un ordinateur et une imprimante signifiait qu'on disposait à domicile de tous les outils de production nécessaires. » [3], introduit Alessandro Ludovico dans son ouvrage *Post-digital Print, La mutation de l'édition depuis 1894* ; **« Au même moment apparurent de nouveaux supports de mémoire numériques, et notamment la disquette, qui était à la fois bon marché et compacte, et pouvait réunir une quantité non négligeable de données. »**

[3] LUDOVICO, Alessandro, *Post-digital print, la mutation de l'édition depuis 1894*, Montreuil, Éditions B42, 2016



Adeneoidi Numéro. 1:
Mai - Juin 1988

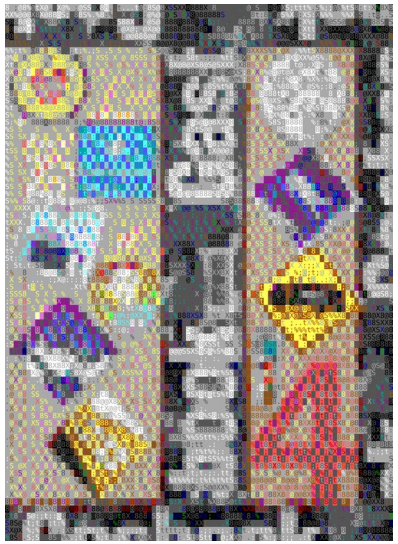


Adeneoidi Numéro. 3:
Septembre - Octobre 1988

Ce sont des périodiques papiers avant-gardistes qui vont d'abord se tenter à l'utilisation de ces nouveaux supports pour réhausser leurs ouvrages, plutôt que de les traduire uniquement dans une interface digitale. Ainsi, un magazine papier est accompagné d'éléments «bonus» qui répondent au contenu de celui-ci, offrant une autre façon de faire l'expérience de la publication: on retrouve de l'audio, de la vidéo ou bien des photographies de meilleure résolution, ce qui n'est pas possible avec une édition papier traditionnelle. C'est ce qu'entreprend le fanzine littéraire Italien *Adenoidi*, publié entre 1988 et 1991 par les éditions Art Core, initié par **Gianni Romizi** en collaboration avec d'autres artistes-écrivains. En utilisant les premiers scanners à la résolution minimale, Romizi, avec l'aide de sa cousine Annibale Marchetti chargée du codage, a combiné les images numérisées en couleurs aux textes écrits et productions graphiques présents dans les versions papier sur quatre disquettes 5 1/2x4.[2] Tous les fichiers ont été téléchargés en 360k-octets, rendant le tout facile d'utilisation et pesant très peu. Cette approche a permis en quelque sorte de donner une nouvelle vie aux éditions initialement publiées en noir et blanc, souvent limitées par des contraintes budgétaires. Grâce à un logiciel rudimentaire, à la fois en termes de fonctionnalité et d'aspect visuel, ces poèmes, dessins, morceaux de romans et d'anecdotes pouvaient désormais être consultés en couleurs et de manière interactive. Ainsi, les lecteurs pouvaient découvrir une version enrichie des fanzines, qui réunissait tous ces éléments dans un même espace, transformant leur manière de consommer et d'interagir avec le contenu littéraire.

[2] Adeneoidi Numéro. 8 :
Décembre 1989 - Janvier 1990

Alors que l'ère de l'informatique de bureau s'installait[4], le collectif GAS AS INTERFACE a lancé *GASBOOK*, une publication destinée à rassembler les idées novatrices en matière d'art et de design venues des quatre coins du monde. En rejetant les formats traditionnels des magazines et des livres, *GASBOOK* a exploré des supports alternatifs tels que des T-shirts, des DVD et des CD-ROMs, pour compiler les meilleures créations contemporaines, tant du Japon que de l'étranger. Chaque numéro était présenté dans un emballage original, unique à chaque publication, et ces objets créatifs étaient distribués dans des magasins spécialisés en art et design, aussi bien au Japon qu'à l'international, dans des boutiques renommées telles que le Museum of Modern Art à New York, la Tate Modern à Londres, et le célèbre concept-store parisien Colette. Leur première publication, un coffret de CD-ROM intitulé *Blue*, est parue en novembre 1996, fut la première d'une série de onze CD-ROMs, et il réunissait une large variété d'éléments : des ressources de design, des polices de caractères, des présentations interactives Macromedia, des vidéos, et un livret de 70 pages qui présentait des profils de designers et un mélange de design graphique et de photographie contemporaine.



[4] frise chronologique page 79

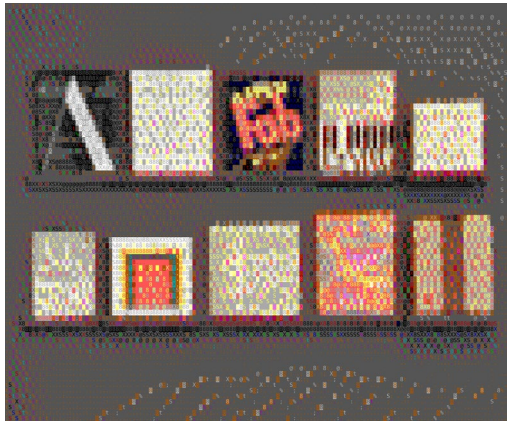
GASBOOK Vol.2, *Machine*
28 Mars 1997, Japon

GASBOOK 4
15 Mai 1998, Japon

Boites Fluxus et La culture du jeu

George Maciunas, artiste, galeriste et éditeur américain d'origine lituanienne, a créé le mouvement Fluxus au début des années 1960, avec lui vu l'apparition des « boîtes Fluxus » . Ces dernières étaient des objets minutieusement élaborés et fabriqués en éditions limitées. Elles se composaient d'un désordre organisé de jeux, d'idées, d'objets plastiques et de documents imprimés variés.

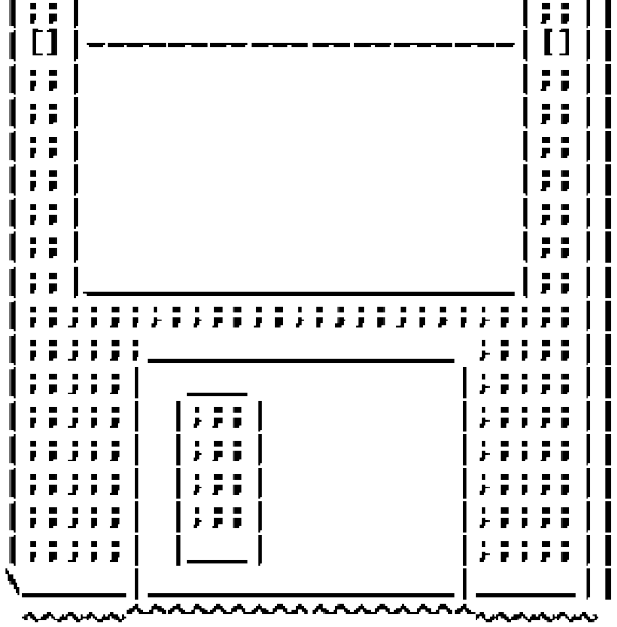
ANDERSEN, Eric et al. (1967). *Flux Year Box 2* [médias mixtes]. Walker Art Center, Minneapolis.
https://walkerart.org/collections/artworks/flux-year-box-2

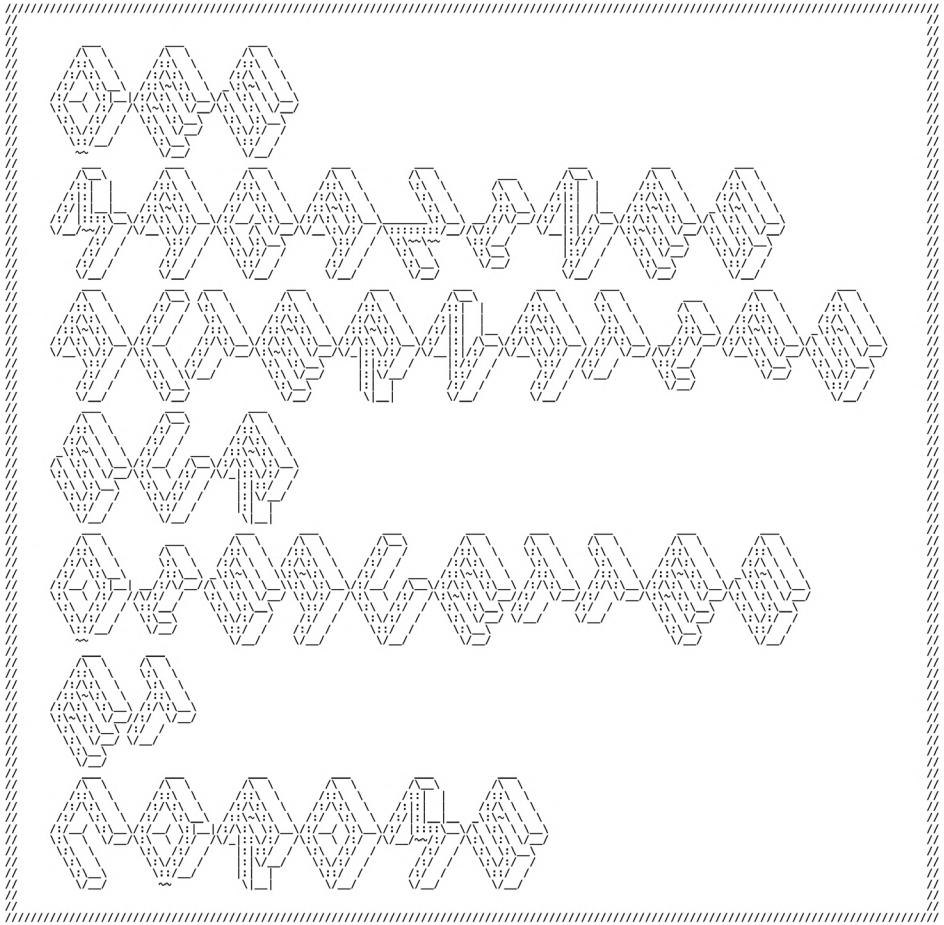


Aspen 1-10, 1965-1977.

Aspen 3, 1966.

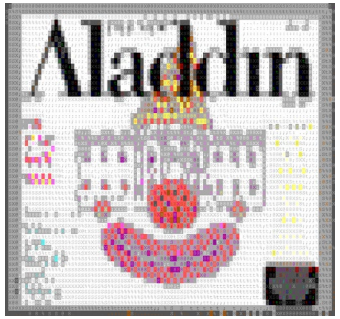
Inspirés par le concept, la revue américaine *Aspen*, créée en 1965 par **Phyllis Johnson**, prenait la forme d'une boîte créée sur mesure qui contenait dans chaque numéro des brochures, des enregistrements phonographiques, des affiches et des cartes postales. Elles étaient réalisées en collaboration avec plusieurs artistes ayant marqué l'histoire de l'art du XXe siècle tels qu'Andy Warhol et David Dalton. P. Johnson a fait part par la suite de son souhait de rompre avec le format imposé, qu'il désigne véritablement extrêmement contraignant, du magazine papier.





Il semble évident que les premiers groupes à s'intéresser à l'application de ces nouveaux médias et à en percevoir le potentiel sont ceux qui ont toujours cherché à se démarquer des structures établies. Parmi ces groupes, on retrouve principalement les communautés de la scène musicale underground, les passionnés d'informatique et les artistes indépendants, qui, par essence, se détachent des normes sociales et des codes traditionnels. Ces groupes ont souvent été à l'avant-garde des technologies émergentes, et les nouvelles plateformes leur offrent désormais une opportunité de s'exposer, de communiquer et de créer de manière plus libre. Ce phénomène s'inscrit dans le contexte de l'accélération du développement des outils numériques, rendue possible par l'avènement d'Internet dans les années 1990. L'essor de nouvelles technologies et l'accessibilité croissante des logiciels ont donné naissance à des formats émergents permettant non seulement la visualisation et le partage de contenu audiovisuel, mais aussi l'interaction directe avec ce contenu, ouvrant ainsi la voie à des expériences multimédia plus riches et plus immersives. En ce sens, ces technologies permettent aux créateurs de redéfinir leur manière de se connecter à leur communauté et d'expérimenter de nouveaux modèles économiques et artistiques. Ainsi, certains groupes audacieux se sont lancés dans l'édition de magazines conçus pour être visionnés et distribués via des supports de stockage de données informatiques amovibles, un moyen révolutionnaire d'explorer de nouveaux formats de publication au-delà des médias traditionnels.

En 1987, une petite société basée à Dallas lance un magazine sur disquette destiné aux ordinateurs Atari 8bits, Atari ST[5] et Amiga[6]. Dirigé par **John Henson**, *The New Aladdin* était un magazine bimensuel d'intérêt général qui espérait offrir aux lecteurs un tout nouveau type d'expérience interactive avec des animations, des jeux, de la musique, des puzzles et des articles qui permettaient de poser des questions. [3] Ce genre d'innovation dans la conception des médias interactifs ouvrait la voie à de nouvelles formes de publication.

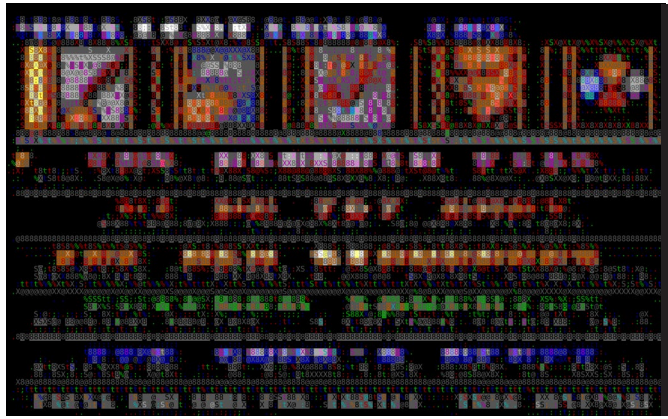


[3] Disk Publications, *The New Aladdin*, disquette pour Atari 8bit, Atari ST et Amiga, 1987

« Dans la plupart des magazines, vous devez lire des articles hypothétiques qui ne s'appliquent peut-être pas à votre propre situation. Mais avec *The New Aladdin*, vous pouvez ajouter vos propres faits et chiffres à l'article pour découvrir précisément le coût du refinancement de votre maison et les économies que vous pourrez réaliser à l'avenir. Une autre possibilité consiste à organiser votre propre « conférence de presse » avec le président des États-Unis, en lui posant les questions que vous souhaitez »[7]

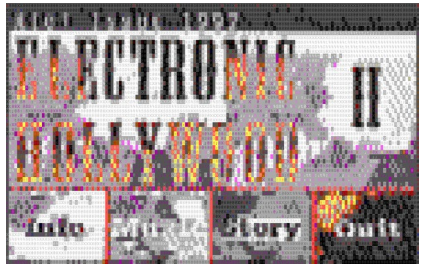
[5,6] frise chronologique page 79

[7] *Magazine on floppy disk*, The Futurist, World Future Society, juillet-août 1987, Vol 21 Numéro 4, page 48



Disk Publications, *The New Aladdin*, menu principal, 1987

[4] Jaime Levy, *Cyberrag #1*, disquette pour Mac, New York, 1990



[5] Jaime Levy, *Electronic Hollywood #2*, disquette pour Mac, Los Angeles, 1992

Dans cette même dynamique, **Jaime Levy**, aujourd'hui reconnue en tant qu'autrice et conférencière dans le domaine du design d'interface utilisateur, à été une figure emblématique de la communauté de la Silicon Alley, l'analogue new-yorkais de la Silicon Valley, centré sur les médias suite au boom entrepreneurial d'Internet au sud de Manhattan. Elle crée l'un des premiers e-Zines[8] au début des années 1990, CyberRag [4], qui comprend des articles, des jeux et des animations chargés sur des disquettes accessibles à toute personne disposant d'un Mac. Plus tard, elle rebaptise le zine Electronic Hollywood. [5]

De gauche à droite : *Cyber Rag*, hiver 1990 ; *Cyber Rag II*, été 1990 ; *Cyber Rag III*, nouvel an 1991 ; Electronic Hollywood, automne 1991 ; *Electronic Hollywood II*, *Riot*, 1992.
Photo par Frank Miles.

[8] glossaire page 75

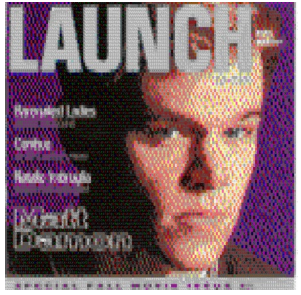
[6] ZUELLIG, Tim, *DigiZINE*, Arhens Interractive CD-ROM, 1995

Les années 1990 ont aussi vu l'émergence de publications encore plus ambitieuses, comme les magazines sur CD-ROM. L'un des exemples notables est *DigiZINE*, créé et publié en 1995 par *Ahrens Interactive*, basé à Chicago [6].
Le concept de *DigiZINE* tourne autour d'un genre de cherche-et-trouve, alliant l'aspect documentaire du magazine à un jeu. Les informations peuvent être trouvées soit en utilisant le système d'exploitation pour effectuer des recherches, soit en suivant les indices et énigmes présents sur les pages ou dans les boîtes.

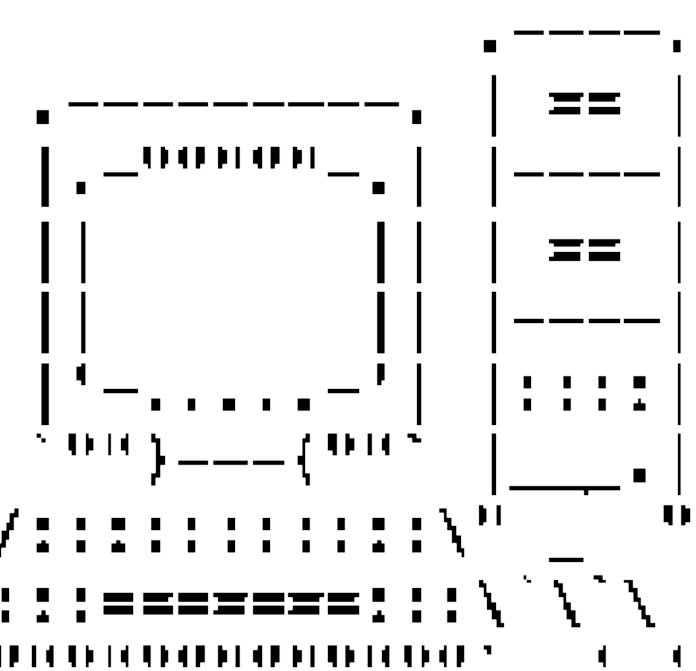
Cette approche, mélangeant les ressources du magazine avec une interactivité poussée, représentait une évolution logique des publications interactives qui avaient vu le jour avec *The New Aladdin* et *CyberRag*.

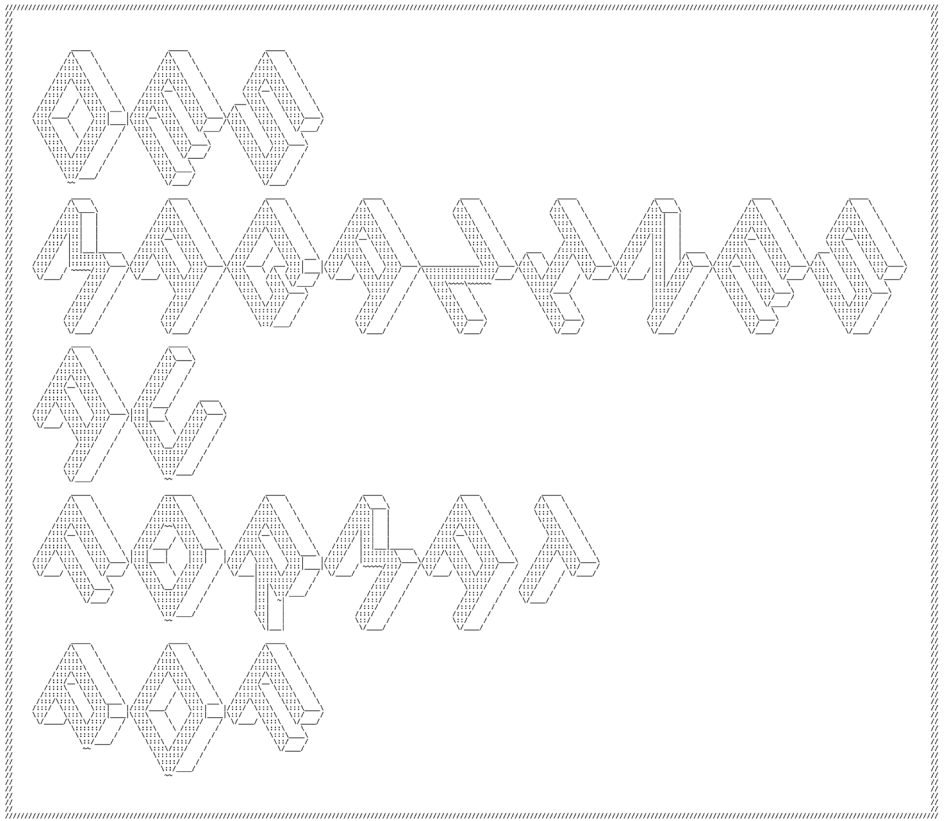
Prenons le cas de *LAUNCH Magazine*, un magazine sur CD-ROM lancé en mai 1995 par **Dave Goldberg** qui faisait la promotion de la musique alternative. *LAUNCH* faisait partie d'une poignée de magazines de CD-ROM destinés à un marché de jeunes adultes familiarisés avec l'informatique. La revue se composait de grandes pochettes en carton dont les couvertures ressemblaient beaucoup à celles des magazines imprimés traditionnels, mais l'intérieur du magazine ne contenait qu'un CD et des instructions sur la manière de l'utiliser. Le CD lui-même contenait des performances musicales exclusives, des critiques de musique et de films, des jeux de démonstration jouables et d'autres fonctions interactives, ainsi que de la publicité.

voir annexe page suivante



Les deux grands noms du marche de magazines sur CD-ROM, *LAUNCH* et *Blender*





En 2008, après avoir été maintenu sous format propriétaire depuis 1993, Adobe Systems publie enfin le format PDF (*Portable Document Format*)[9] sous format libre, signifiant qu'il peut être utilisé et mis en œuvre par quiconque. Rapidement, les maisons de publication de magazines vont adapter leurs publications papier sous format numérique, à être distribuées en ligne permis par l'avènement du *World Wide Web*[10]. Le format des magazines en ligne est communément perçu comme plus écologique en raison de la diminution de l'utilisation de papier et d'énergie. Cette version présente également fréquemment des éléments interactifs tels que des hyperliens[11], menant tant au sein de la publication en elle-même qu'à d'autres sites web, la possibilité de recherche et le biais du *bookmarking* (mise en favoris, signets). Ce format permet également d'incorporer des médias tels que la vidéo ou l'animation pour optimiser les articles ou pour des fins publicitaires.

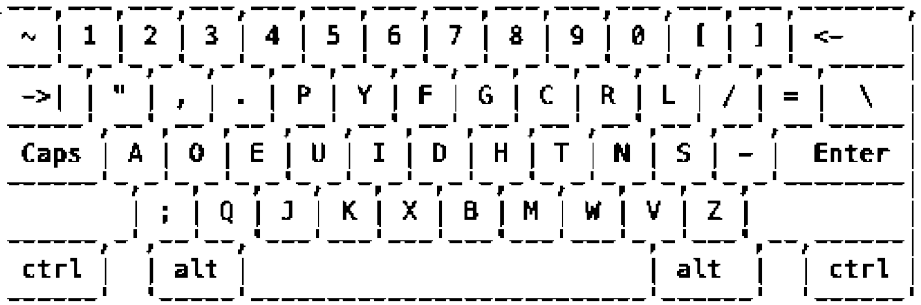
De la même manière, les éditeurs de fanzines voient le prix de l'impression augmenter et les distributeurs de leurs productions succomber à la crise économique. Progressivement, la scène des fanzines va se tourner vers la publication en ligne. Pour certains, cette évolution avait déjà commencé avec l'émergence des ordinateurs et d'Internet dans leurs premières années. À l'époque, des fanzines étaient créés sous forme de fichiers texte et diffusés via les BBS[12] ou par courrier électronique. On parle alors d'E-Zines (en référence à l'accès en ligne) ou de Webzines (relatifs au *World Wide Web* et à Internet en général). Par ailleurs, la démocratisation du format PDF a grandement facilité l'archivage des fanzines papier, tout en rendant leur distribution beaucoup plus efficace. L'adoption du PDF a accéléré la transition des médias imprimés vers le numérique, avec des avantages notables en termes de diffusion.

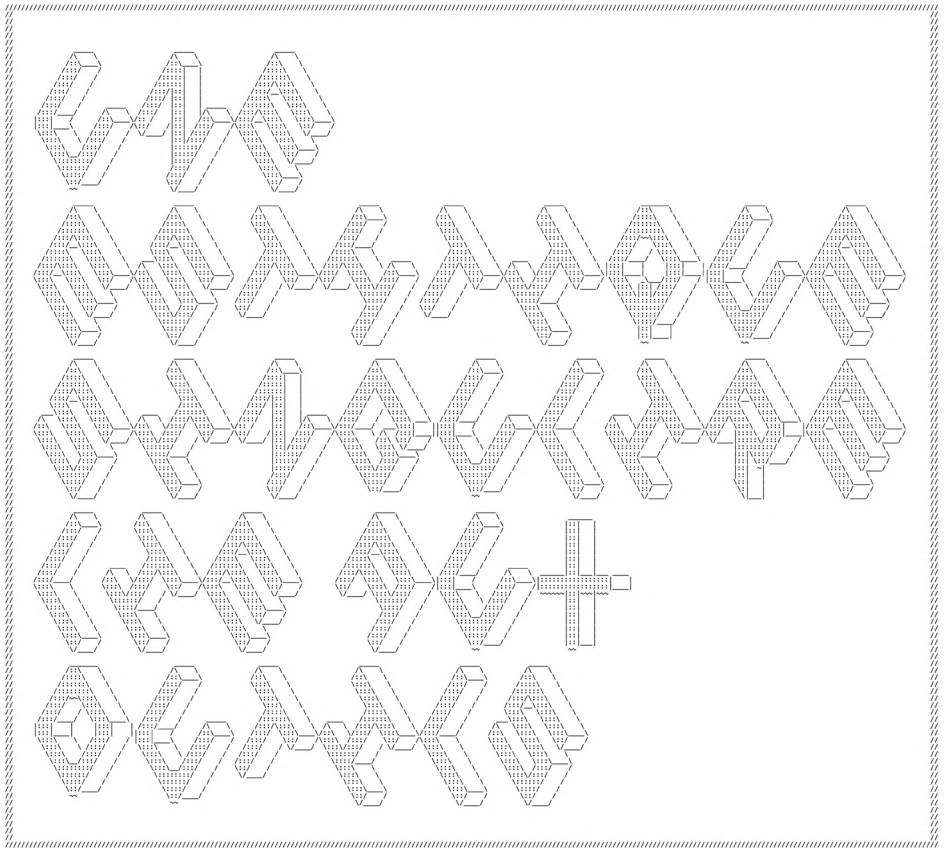
Dans le cas des E-zines, leurs but principal à été de mettre en liens des communautés d'artistes qui ne peuvent pas publier dans des publications grand public en raison de leurs approches souvent contestataires et en dehors des normes sociales. Ces publications ne sont donc pas interactives et ne tirent pas pleinement parti des spécificités du format numérique. Il est donc courant de retrouver dans ces E-zines des normes graphiques héritées de l'édition papier, afin d'assurer une bonne lisibilité du contenu et de préserver la qualité des images et du texte. C'est ainsi que la majorité des magazines en ligne se présentent aujourd'hui suite à leur explosion massive.

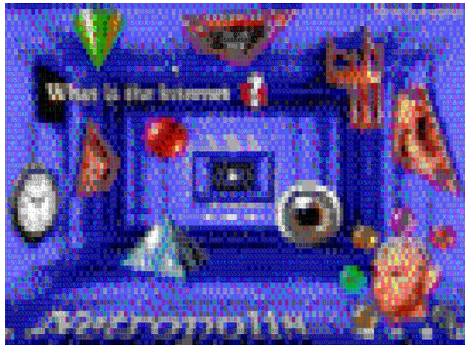
[9],[10],[11],[12] glossaire page 75 et frise chronologique page 79

«La technologie informatique a révolutionné la production d'œuvres d'art indépendantes. Il y a de nouveaux mondes à explorer, comme les possibilités de l'édition digitale, qui utilise les ordinateurs personnels non seulement pour créer des mots et des images, mais aussi pour les diffuser dans des formats qui les maintiennent vivants et dynamiques... par opposition à la qualité figée de l'encre sur le papier.»[13]

[13] Jaime Levy, 1990


~ 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 [ ] <-
-> " , . P Y F G C R L / = \
Caps A O E U I D H T N S - Enter
; Q J K X B M W V Z
ctrl alt alt ctrl





«Unzip - The UK's First Fully Interactive Magazine On CD-Rom» , via *Youtube*

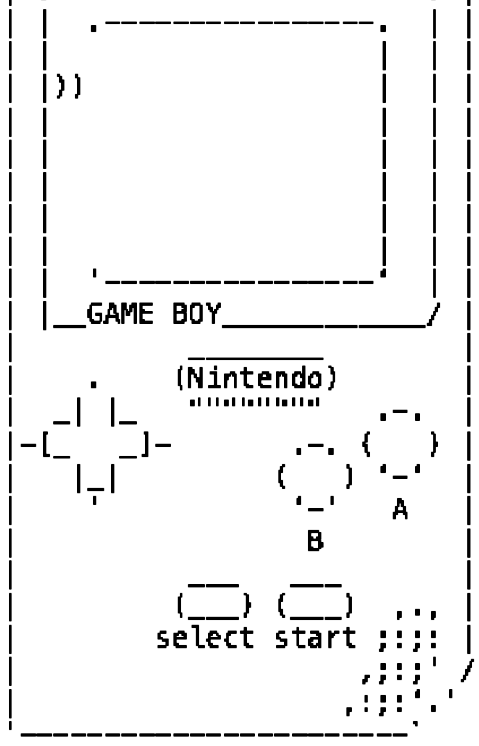
Les artistes, graphistes et développeurs ont rapidement adopté les outils émergents à leur disposition pour créer des œuvres numériques qui repoussent les limites de l'expression visuelle, souvent de manière très expérimentale et parfois peu accessible. À l'instar des premiers sites Web, qui laissaient souvent les utilisateurs perplexes quant à l'endroit où cliquer, un terme humoristique utilisé par les cercles de web designers «*navigation mystery meat*» [14] a émergé. Ce terme désigne des mises en page délibérément déroutantes, avec des boutons ou des icônes ambiguës et dépourvues d'étiquettes claires. Plutôt que de guider directement l'utilisateur vers l'information, ces interfaces immersives plongeaient l'utilisateur dans un tourbillon visuel où chaque action à entreprendre semblait un défi, l'orientation n'étant jamais évidente.

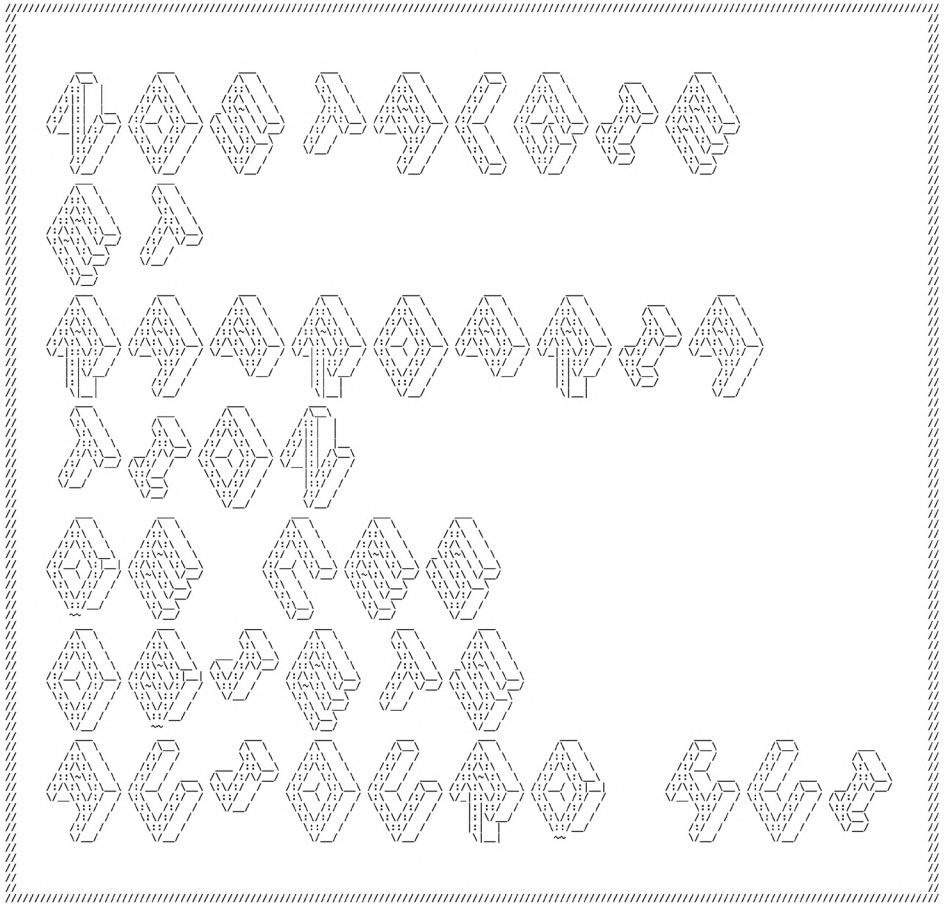
[14] glossaire page 79

Ce phénomène de confusion graphique a été poussé à son apogée avec les menus de CD-ROM des années 1990, où l'interface utilisateur devenait presque une performance en soi. Ces menus, souvent constitués de graphiques dynamiques et d'éléments animés, jouaient sur l'effet de surprise, mais, loin d'offrir des chemins clairs vers l'information, ils semaient une certaine forme de chaos visuel. Le manque de principes de conception standardisés rendait ces interfaces difficilement navigables, créant des expériences qui, bien que visuellement captivantes, n'étaient pas toujours fonctionnelles. En l'absence de conventions de design cohérentes, ces médias numériques mettaient en lumière les défis techniques et esthétiques auxquels les créateurs étaient confrontés à cette époque, en pleine exploration des capacités des interfaces. Bien que ces interfaces aient cherché à offrir des expériences immersives et uniques, elles finissaient par aliéner les utilisateurs, qui désiraient simplement un accès fluide à l'information. Cette confusion visuelle peut être comparée à une promenade dans un espace physique rempli de portes décoratives qui mènent nulle part, ou de pièces mal agencées, où l'intuition de navigation fait défaut. En revanche, à partir de la fin des années 1990 et dans les années 2000, les leçons tirées de ces premières erreurs ont permis une révision majeure des principes de conception. La priorité s'est alors tournée vers la clarté et l'accessibilité, avec des mises en page épurées et intuitives qui guidaient les utilisateurs à travers le contenu de manière fluide.

À cette époque, la vitesse de connexion était souvent lente, ce qui obligeait les créateurs à opter pour des designs simples afin de garantir un chargement rapide des pages. Les graphismes étaient souvent pixelisés, et les animations, rudimentaires, résultent des capacités limitées des ordinateurs et des logiciels disponibles. De même, les magazines sur disquette et CD-ROM devaient composer avec des contraintes de mémoire, ce qui limitait la quantité d'informations et de médias qu'ils pouvaient intégrer. Ces défis technologiques ont conduit à une approche inventive, où les concepteurs ont dû faire preuve de créativité pour maximiser l'impact visuel tout en restant fonctionnels. Paradoxalement, ces limitations ont favorisé une esthétique distinctive qui a su capturer l'esprit d'une époque en pleine mutation numérique.

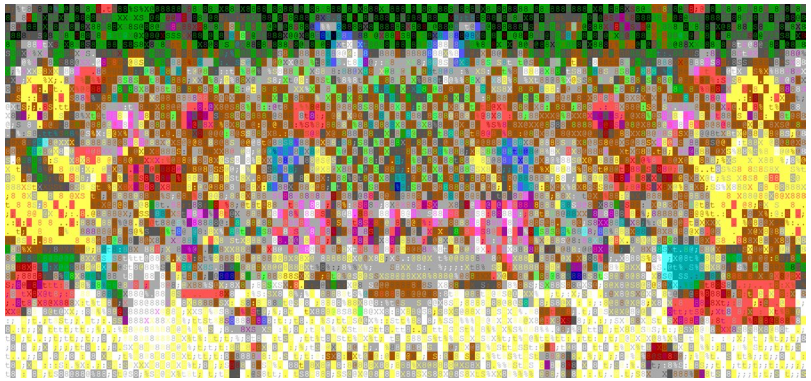
Cette esthétique représente un tournant dans l'histoire de la conception graphique numérique. Les créateurs ont su transformer des contraintes techniques en atouts créatifs, ouvrant la voie à une ère de l'innovation visuelle, où la limitation devient une forme de liberté esthétique.


GAME BOY
Nintendo
B
A
select start



À ses débuts, Internet, largement façonné par des codeurs et des animateurs amateurs, se distingue par une esthétique brute et expérimentale, marquée par des choix graphiques audacieux et souvent discordants. Les premiers sites web, loin des standards de design contemporain, étaient un véritable terrain de jeu pour les créateurs, qui exploitaient des couleurs vives et des contrastes criards dans le but d'attirer l'attention, parfois au détriment de l'harmonie visuelle. L'absence de conventions établies et de logiciels de design avancés donnait à ces pages un caractère frénétique, avec des éléments graphiques souvent juxtaposés de manière chaotique. Les animations, souvent maladroites, étaient réalisées à l'aide des premières technologies en ligne, comme le gif animé, créant des mouvements saccadés qui n'étaient pas encore optimisés pour l'expérience utilisateur.
Le pixel art, quant à lui, est devenu un symbole de cette époque, une esthétique volontairement simplifiée en raison des limitations de résolution des écrans et des capacités des ordinateurs.

Cependant, ces imperfections techniques et esthétiques ont contribué à l'émergence d'une culture visuelle unique. Cette période, bien que perçue aujourd'hui comme primitive, a constitué un laboratoire visuel qui sert aujourd'hui d'inspiration pour des créatifs contemporains.



[7] ASKIN, Cameron, *Cameron's World*, site web, 2015

Un site appelé Cameron's World, conçu par **Cameron Askin**, honnore GeoCities[15], un service d'hébergement web alimenté par Yahoo fermé en 2009 qui permettait aux utilisateurs de créer leurs propres pages d'accueil en utilisant des arrière-plans mal formatés, une typographie flashy et des curseurs animés à la fin des années 90, donnant lieu à un collage web kitsch. [7] À une époque où nous interagissons principalement avec des contenus web commerciaux et de marque, Cameron's World rend hommage à une ère révolue d'expression personnelle brute sur Internet. Ce projet évoque l'esthétique d'une période où l'on s'attendait à ce que les espaces personnels soient constamment en évolution. Des plateformes comme Gifcities servent également de dépôts en ligne pour les gifs qui apparaissaient autrefois sur GeoCities.

« À la veille du siècle, l'Internet a embrassé les possibilités illimitées offertes par le cyberspace, proposant un monde de rêve libérateur et autonome en dehors des structures capitalistes. » [16]

explique **Maria Vorobjova**, une artiste basée à Londres qui créer des environnements numériques utopiques. Ses Digital Folklore Tapestries sont réalisées à partir de gifs trouvés sur GeoCities [8].

[8] VOROBJOVA, Maria, *Digital Folklore Tapestries*, fibres tissées, 2021

«À mesure que la technologie a évolué, les opportunités se sont réduites, et maintenant nous nous retrouvons tous constamment en ligne sur seulement quelques sites web. Ce changement a également donné lieu à un paradoxe esthétique curieux. » Les productions de ces artistes peuvent être décrites comme "une lettre d'amour à l'Internet d'autrefois."[17]

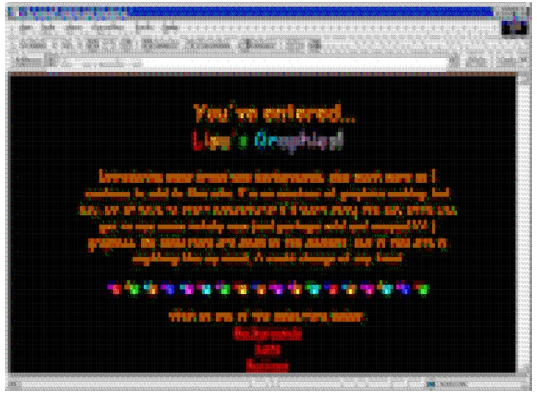
[15] annexe page 57

[16] YALCINKAYA, Günseli, « Why are we all so obsessed with early web nostalgia? » , Dazed Digital, 28 Février 2022

[17] JOZUKA, Emiko, « Beat Your Eyeballs to Death with This Majestic GeoCities Tribute » , Vice, 20 Août 2015

L'esthétique des premiers sites web et des anciens appareils numériques, souvent caractérisée par des graphismes simples, des couleurs vives et des interfaces rudimentaires, évoque une époque révolue d'internet où l'expression personnelle semblait moins filtrée par les logiques commerciales. Cette esthétique, parfois perçue comme désuète, suscite aujourd'hui une forme de nostalgie, un «syndrome de nostalgie numérique», à travers lequel nous idéalisons une époque perçue comme plus authentique. Certains artistes contemporains réexploitent cette esthétique révolue, en l'intégrant dans leur travail pour en tirer une réflexion critique sur le présent.

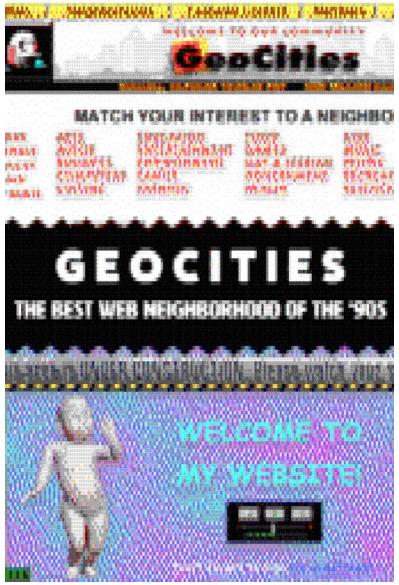
À travers la réinterprétation de ces images et objets numériques du passé, ces artistes invitent à une prise de conscience des manipulations visuelles et commerciales qui dominent aujourd'hui nos interactions numériques et culturelles. Cette réappropriation artistique permet de remettre en question la place de l'individualité et de l'autonomie créative dans un monde où les grandes entreprises contrôlent de plus en plus nos environnements visuels, nos expériences en ligne et les outils de création graphique.

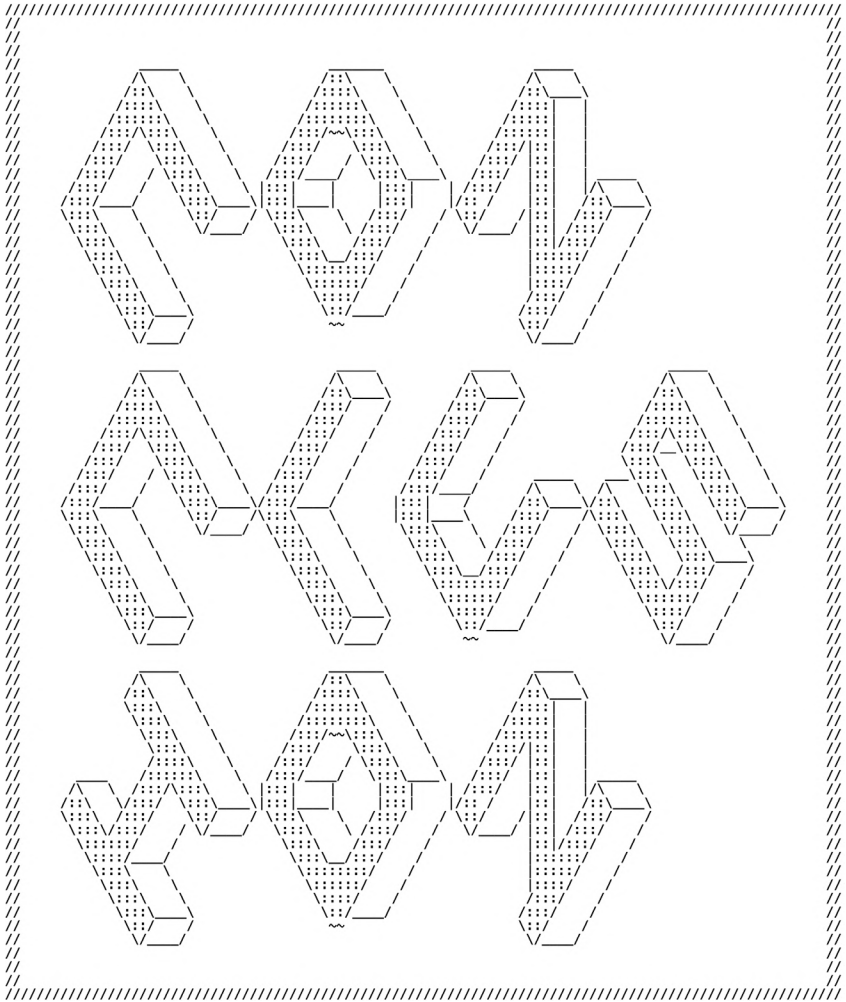


Geocities (1994 - 2009)

GeoCities a été créé fin 1994 par **David Bohnett** et **John Rezner** sous le nom de *Beverly Hills Internet*, un service d'hébergement web. En juin 1995, ils lancent un plan gratuit offrant 2 Mo de stockage, attirant de nombreux utilisateurs. Ces derniers, appelés « homesteaders » , choisissent un « quartier » thématique lors de leur inscription, comme Capitol Hill (politique), Hollywood (cinéma) ou Paris (arts et poésie). D'autres quartiers ont été ajoutés à mesure de la croissance du site. Les utilisateurs pouvaient créer leur site grâce à un éditeur de page d'accueil ou télécharger des fichiers HTML, des images, des GIFS etc. En décembre 1995, GeoCities comptait plus de 20 000 utilisateurs et 6 millions de pages vues par mois. Le site a alors changé de nom pour *GeoCities* et est devenu plus qu'un simple service d'hébergement, intégrant des fonctions communautaires et des outils de création de sites, préfigurant les médias sociaux.

En 1999, il était le troisième site le plus populaire sur le web. Pour beaucoup, c'était la première fois que les internautes pouvaient s'exprimer en ligne, un lieu pour créer des sites personnalisés et de niche sur n'importe quel sujet.

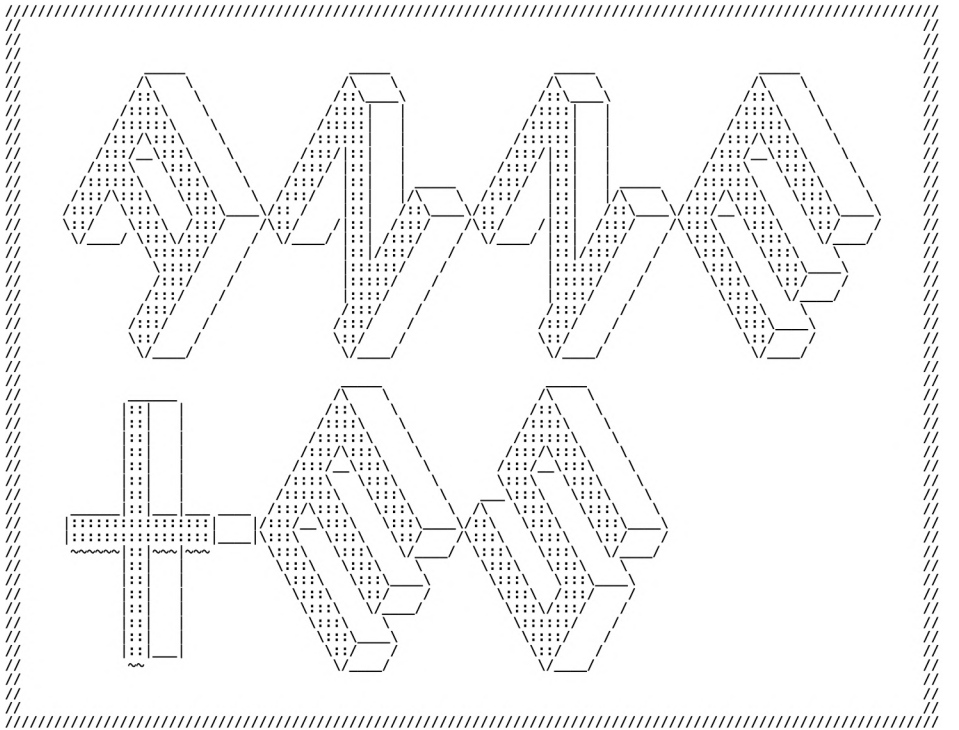




L'évolution des magazines numériques représente une véritable rupture avec les formats imprimés traditionnels, offrant de nouvelles approches de conception, de modes de diffusion et d'interaction. Cette transition vers le numérique ne se contente pas de modifier le support, elle transforme profondément la manière dont les contenus sont perçus et explorés. En permettant l'intégration de divers éléments multimédia (vidéos, audios, animations) et en introduisant une nouvelle façon de manipuler ce média jusqu'ici statique (utilisation de l'ordinateur, systèmes de navigation, interfaces interactives, etc.), le support numérique ouvre la voie à une expérience augmentée du magazine. Ces publications proviennent principalement de sphères niche, souvent marginales, qui, bien qu'ayant tenté de se commercialiser à grande échelle, demeurent relativement sombres et méconnues du grand public. Il existe ainsi une transition marquante entre l'adaptation d'un format papier en un format numérique certes, mais qui reste physique et tactile, et la conception des formats purement numériques pensés exclusivement pour les écrans. Cette évolution reflète une tendance actuelle à tout transférer dans le domaine numérique, où les supports physiques deviennent obsolètes, reléguant ces objets à une époque révolue.

Dans ce passage, on assiste à la disparition progressive des médiums physiques au profit de formats plus fluides et totalement dématérialisés, souvent plus accessibles, mais au prix d'une certaine perte d'expérience tactile et de l'authenticité que ces objets physiques offraient. L'inspiration tirée de notre nostalgie pour un internet naissant se reflète dans les productions récentes, nous incitant à revisiter les outils rudimentaires d'autrefois, désormais perçus comme dépassés. Ce retour en arrière nous rappelle que l'esthétique que nous apprécions tant aujourd'hui n'aurait pas été possible sans les contraintes techniques de l'époque (par exemple, pour adopter l'esthétique du pixel, nous sommes amenés à utiliser des logiciels à faible résolution, qui, en retour, nous contraignent à recourir à des outils plus rudimentaires. Ces limitations techniques, loin d'être un obstacle, deviennent les éléments fondamentaux qui façonnent cette esthétique particulière, marquée par la simplicité et la géométrie brute des pixels).

Dans le contexte actuel, il est essentiel de s'interroger sur l'uniformisation des tendances visuelles, largement influencée par la diffusion massive de logiciels standardisés par des entreprises comme Adobe. Cette situation pose la question de la position d'un graphiste qui opterait pour des outils obsolètes ou moins conventionnels. Comment parvient-il à adapter sa démarche créative face à ces contraintes techniques ? Ce choix l'inciterait à repenser sa relation avec sa production, en adoptant une perspective différente.



Menu principal

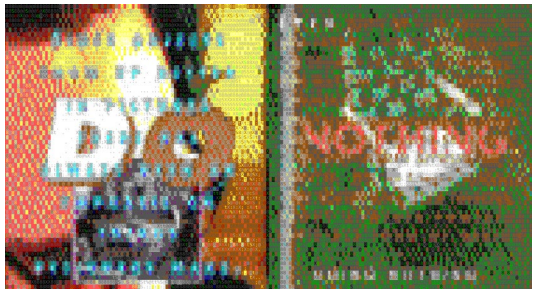
Écran d'acceuil

Billy Idol's *Cyberpunk*

Cyberpunk est le cinquième album studio de Billy Idol, sorti en 1993. Conceptuel, il reflète son intérêt pour la technologie et ses premières tentatives d'utilisation d'ordinateurs pour la création musicale. Inspiré par la sous-culture cyberdelique des années 1980 et 1990, cet album expérimental marque sa volonté de prendre le contrôle du processus créatif tout en explorant les possibilités des médias numériques. L'album intègre des voix synthétisées et des influences industrielles. Malgré un échec critique et commercial, Billy Idol a innové dans la promotion de l'album en utilisant Internet, le courrier électronique, les communautés virtuelles et les logiciels multimédias, une première pour une célébrité grand public. Son style, ses vidéos et ses spectacles se sont aussi imprégnés de l'esthétique *cyberpunk*. Une édition spéciale sous forme de disquette compatible Macintosh, intitulée *Billy Idol's Cyberpunk* a été lancée. Elle comprenait des illustrations, des extraits sonores, une biographie de Mark Frauenfelder, des paroles et une bibliographie sur la cyberculture. Bien que la maison de disque ait envisagé une réédition avec un CD-ROM mis à jour, le coût élevé de la technologie et l'échec de l'album ont empêché cette initiative de se concrétiser.

P. Scott Makela

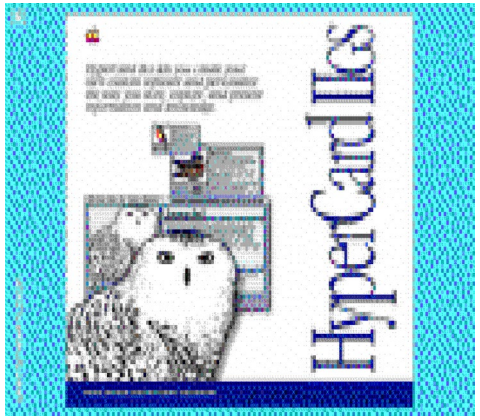
Paul Scott Makela était un graphiste, designer multimédia et typographe, notamment reconnu entre autres pour la conception de *Dead History*, une police de caractère postmoderne. Avec l'émergence de l'ordinateur personnel au milieu des années 1980, Makela a été parmi les premiers à explorer les programmes tels que Photoshop et Adobe Illustrator. La première production imprimée en typographie 3D officiellement effectuée par lui était pour la promotion de Mohawk Paper Mills, *Rethinking Design*, dans l'article « Do Nothing » qu'il a conçu en collaboration avec **Tucker Viemeister**, designer industriel américain. Avant l'apparition des logiciels 3D, il se servait d'un logiciel nommé Pixar RenderMan (1987), un moteur d'effets spéciaux pour concevoir des formes en trois dimensions.



Mohawk Paper Mills promotion, *Re-thinking Design*, p14-23, collaboration entre Tucker VIEMEISTER et P. Scott MAKELA, *On Doing Nothing*, 1992. Scans de l'original apparaissant dans l'article « 25 Years After P. Scott Makela's Death, A Former Student Revisits the Idiosyncratic Designer » , rédigé par Anne GALPERIN pour la revue *Print*, fournis par l'auteur.

L'Hypercard d'Apple

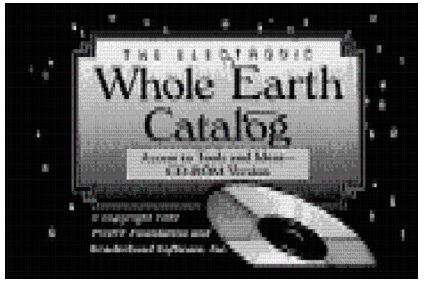
Le 11 août 1987, **Bill Atkinson**, ingénieur et programmeur informatique ayant travaillé chez Apple Computer de 1978 à 1990, dévoile une innovation d'Apple destinée au Macintosh : un dispositif multimédia simple de programmation nommé HyperCard. HyperCard a fusionné en un unique package la capacité d'un Macintosh à créer des documents interactifs comprenant du calcul, du son, de la musique et des visuels. Le programme à été prisé à sa sortie et des milliers de « stacks » ont vu le jour. Les exemples d'applications HyperCard comprennent des bases de données simples, des jeux de type « *choose your own adventure* » et des outils pédagogiques. HyperCard est l'un des premiers à avoir utilisé et popularisé le concept d'hypertexte auprès d'une vaste base d'utilisateurs et de ce fait a vu sa popularité diminuer avec l'essor du World Wide Web, puisque le Web pouvait traiter et livrer des données de la même manière que HyperCard sans être limité aux fichiers sur un disque dur. Mais il a eu un impact significatif sur le web car il a inspiré la création de HTTP[18] et JavaScript[19].

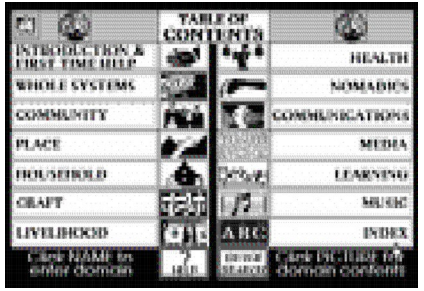


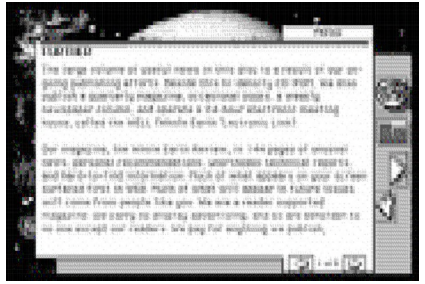
STADLER, Andy et al, Hypercard GS 1.1, Apple Computer, Inc. 1990

The (Electronic) Whole Earth Catalog

The Whole Earth Catalog est un magazine de contre-culture co-créé par **Stewart Brand**, éditeur américain. Publié régulièrement de 1968 à 1972 avec des éditions supplémentaires tout au long des années 70, 80 et 90, il couvre toutes sortes de sujets, de la nature et de la politique à la technologie. Une des nombreuses éditions était *The Electronic Whole Earth Catalog*, une version CD-ROM de la publication produite en 1989. Ce CD-ROM contenait plus de 9000 pages individuelles réalisées avec Hypercard.



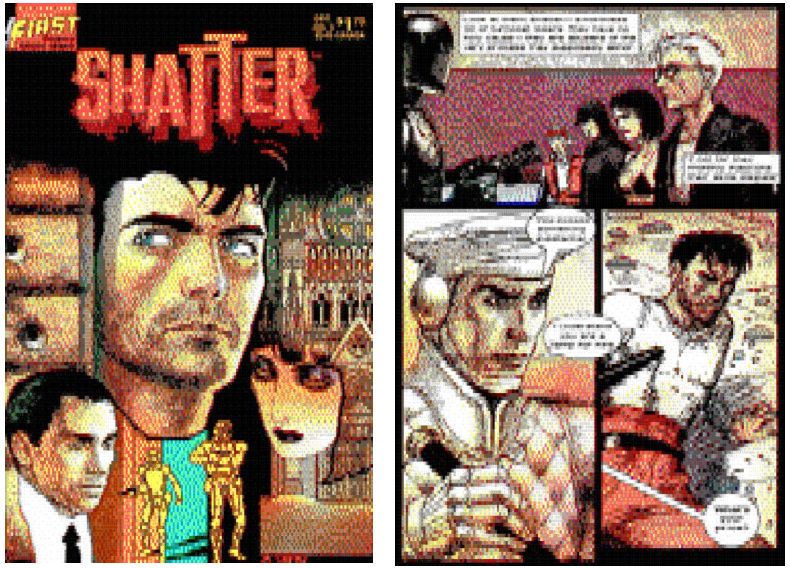




BRAND, Stewart, *The Whole Earth Catalog, stack hypercard*, 1968-1972

[18], [19] frise chronologique page 79

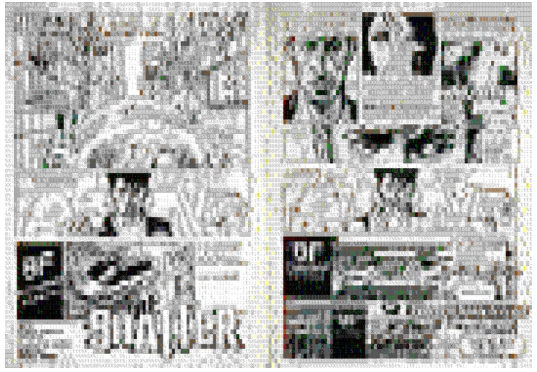
GILLIS, Peter B. et SAENZ, Mike, *Shatter*, First Comics, 1985-1988

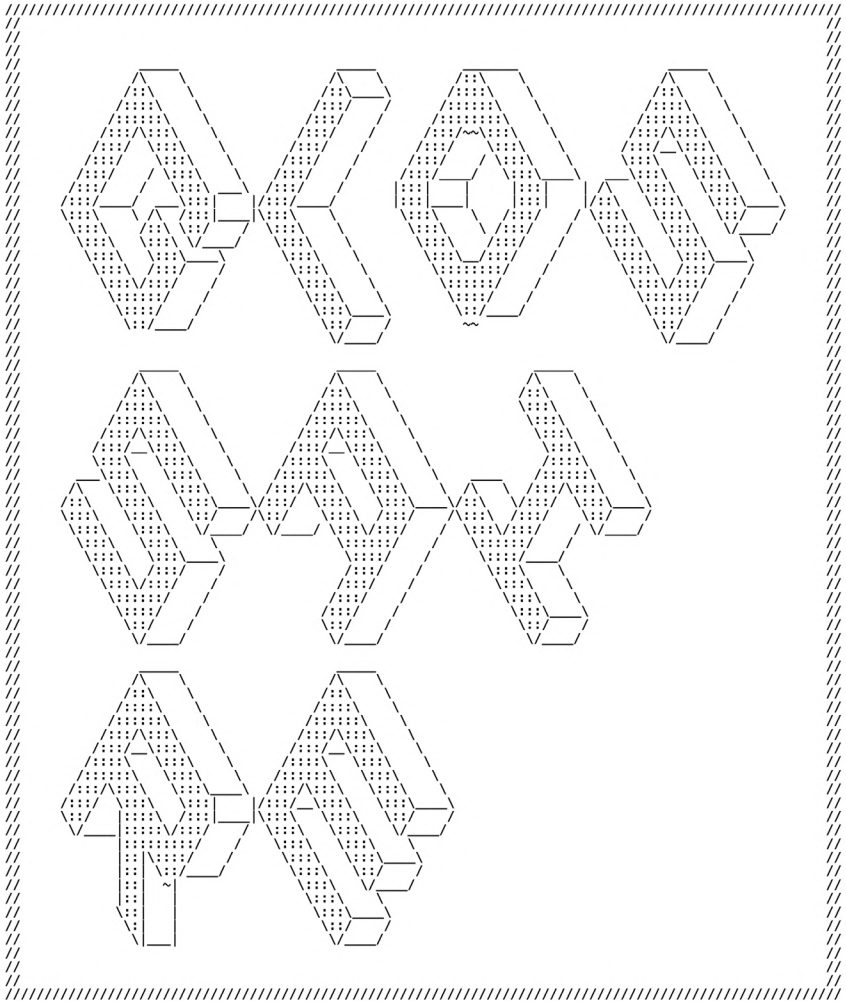


Shatter

Shatter, réalisé par **Peter B Gillis** et **Mike Saenz** et publié par *First Comics* a été la première bande dessinée publiée commercialement où tout l'art pour la publication a été entré à la main sur l'ordinateur par opposition aux méthodes ultérieures de balayage dans les pages encrées pour l'application de couleur. Jusqu'à la fin des années 1970 et au début des années 1980, les bandes dessinées générées par ordinateur étaient réalisées à l'aide de techniques traditionnelles d'impression de texte et de ligne ou de semigraphie[20], d'art ascii[21] et de télétexte ceefax de la BBC[22]. *Shatter* a été dessiné sur un Macintosh Plus original dans *MacPaint*[23] et plus tard en utilisant *FullPaint*[24] par Ann Arbor Softworks. Les données de page ont été stockées sur un lecteur de disquette externe 800K. Les dessins étaient difficiles à gérer en raison de l'écran monochrome limité de 9 pouces 72ppi (512 342 pixels) car seulement environ 2/3 de la page a pu être travaillée à la fois. Environ la moitié des éditions ont été dessinées à l'aide de la souris Macintosh standard jusqu'aux numériseurs graphiques de type stylo tablette.

[20],[21],[22],[23],[24] glossaire page 75 et frise chronologique page 79





GLOSSAIRE

[Art ASCII] — ASCII est un acronyme pour *American Standard Code for Information Interchange*, une norme de codage de caractères pour la communication électronique. Ces codes représentent le texte dans les ordinateurs, les équipements de télécommunication etc. L'art ASCII utilise les 95 caractères imprimables de la norme ASCII pour créer des images via des ordinateurs. Ce type d'art peut être réalisé avec des éditeurs de texte, souvent avec une police à largeur fixe, comme Courier. Il désigne aussi plus généralement l'art visuel basé sur le texte.

[BBS] — Un *Bulletin Board System* (BBS) de l'anglais signifiant littéralement «système de tableau d'affichage électronique»), est un serveur permettant l'échange de messages, le stockage de fichiers, et le jeu en ligne, accessible via un modem connecté à une ligne téléphonique.

[Digizine/E-Zine] — Un magazine publié en format électronique

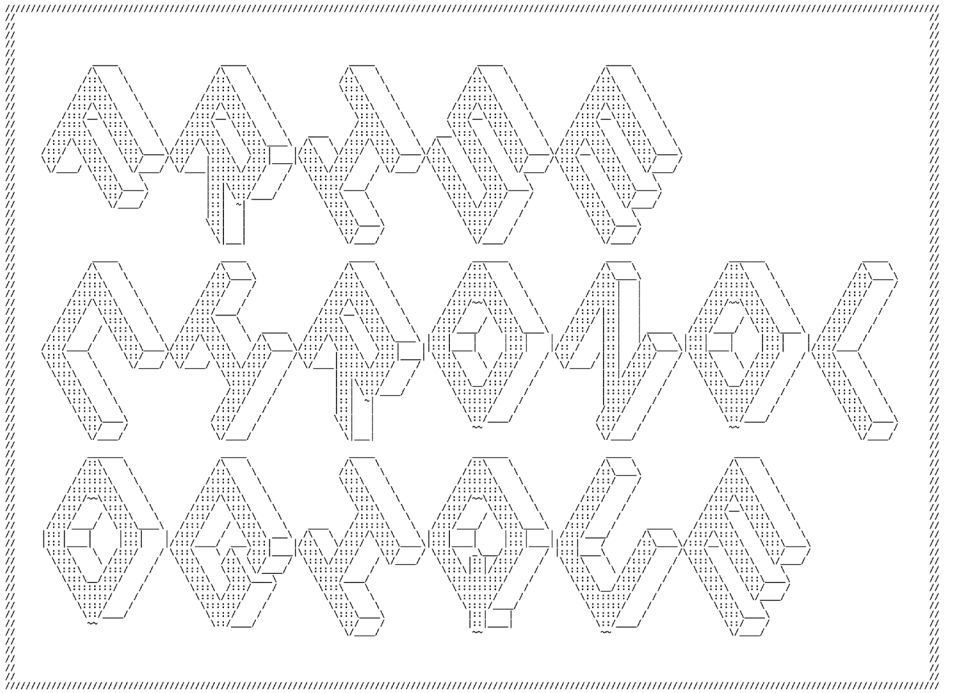
[Hyperlien] — Un hyperlien est un lien numérique qui permet de naviguer vers un document ou une section spécifique d'un document. Un hypertexte contient des hyperliens permettant cette navigation.

[Navigation Mystery Meat] — désigne une tendance dans les interfaces web où les liens deviennent visibles uniquement au survol de la souris, privilégiant l'esthétique et l'espace au détriment de la clarté et de la fonctionnalité. Le terme a été inventé en 1998 par Vincent Flanders, auteur du livre et du site Web qui l'accompagne, *Web Pages That Suck*.

[Semigraphie] — La semi-graphie textuelle ou la pseudographie est une technique utilisée sur les premiers écrans texte pour émuler des graphiques tramés sans avoir à mettre en œuvre la logique d'un tel mode d'affichage. (voir la façon dont l'iconographie est traitée dans ce mémoire)

[Teletexte] — Le télétexte est une norme qui permet d'afficher des informations textuelles et graphiques basiques sur les téléviseurs. Lancé au Royaume-Uni dans les années 1970, le service Ceefax de la BBC a été l'un des premiers à offrir des informations publiques via ce système.

[Webzine] — Un magazine publié sur le *World Wide Web*, magazine en ligne



FRISE CHRONOLOGIQUE

[1963] — Publication de la première édition de la norme ASCII.

[1970] — Lancement du service Ceefax de la BBC, un des premiers services de télétexte.

[1971] — Invention et fabrication des premières disquettes par IBM.

Lancement des premiers ordinateurs personnels grand public : Apple II, TRS-80 et Commodore PET. Ces machines marquent le début de l'ère des ordinateurs domestiques.

[1977] — Introduction de PETSCII (PET Standard Code of Information Interchange), code de caractères utilisé par le Commodore PET.

[1978] — Création du premier BBS (Bulletin Board System) public, développé par Ward Christensen et Randy Suess.

[1979] — Lancement des ordinateurs Atari 8-bit.

[1980] — Les ordinateurs de bureau dominent le marché, les modèles les plus populaires étant l'IBM PC, l'Atari ST, le Macintosh, le Commodore Amiga et l'Acorn Archimedes.

[Années 1980] — Introduction des séquences ANSI, destinées à remplacer les séquences spécifiques aux fabricants et à se généraliser sur le marché des équipements informatiques.

[1984] — Lancement de MacPaint, l'un des premiers logiciels graphiques pour Macintosh.

[1984-1985] — Annonce et présentation du CD-ROM, présenté par Denon et Sony lors du salon informatique japonais COMDEX.

[Fin des années 1980] — Les amateurs peuvent désormais créer des documents imprimés à domicile grâce à la commercialisation de logiciels de PAO (Publication Assistée par Ordinateur).

[1986-1987] — Lancement de l'Apple IIGS et du logiciel HyperCard.

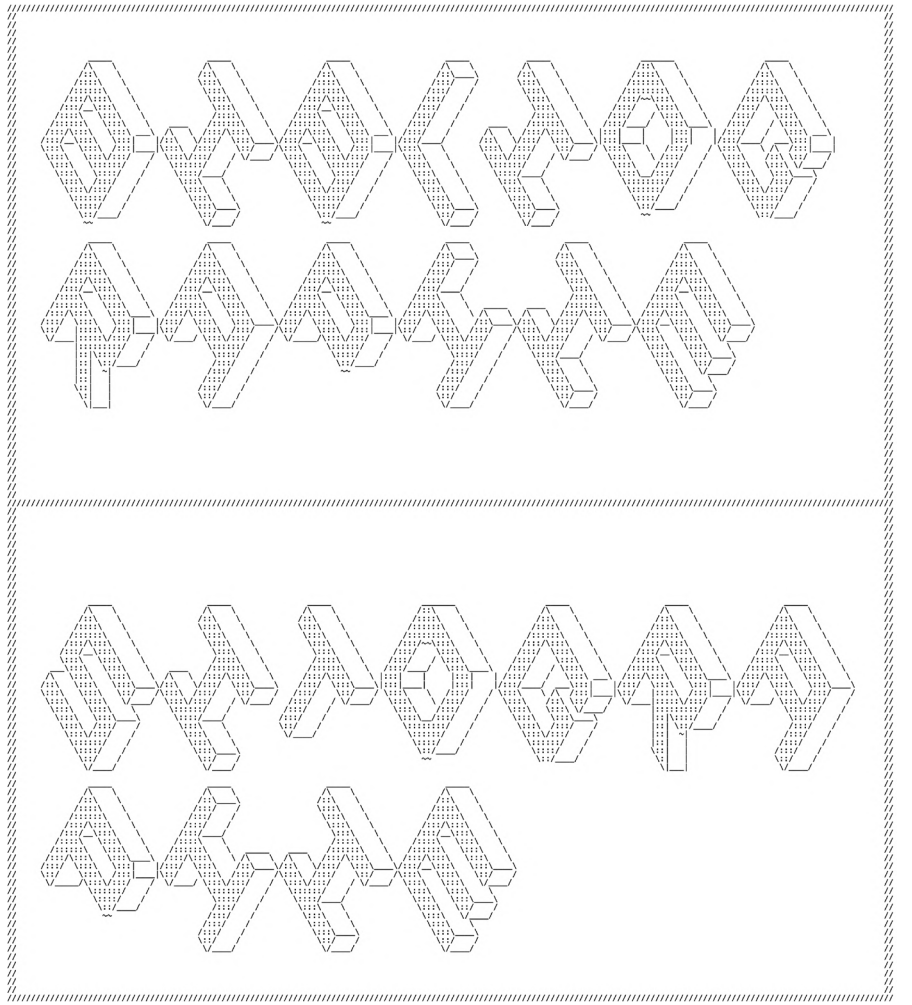
[1987] — Sortie de FullPaint, un autre logiciel graphique.

[1990] Tim Berners-Lee commence à écrire le premier navigateur web, WorldWideWeb, après deux ans de négociations avec la direction du CERN. À Noël 1990, il a créé tous les outils nécessaires au Web : le protocole HTTP 0.9 et le langage HTML.

[1995] — La commercialisation de l'Internet est désormais pleinement réalisée aux États-Unis, supprimant les dernières restrictions sur l'utilisation commerciale du réseau.

[1ère décennie du 21e] — Les webzines se transforment progressivement en ce que l'on connaît aujourd'hui sous le nom de blogs.

[2008] — Adobe Systems publie le format PDF (Portable Document Format) sous licence libre.



BIBLIOGRAPHIE / SITOGRAPHIE

LECTURES

LUDOVICO, Alessandro, *Post-digital print, la mutation de l'édition depuis 1894*, Montreuil, Éditions B42, 2016

BOSQUÉ, Camille, *Open design, Fabrication numérique et mouvement maker*, Montreuil, Éditions B42, 2021

ROUFFINEAU, Gilles, *Éditions off-line, projet critique de publications numériques 1989-2001*, Montreuil, Éditions B42, 2018

TRIGGS, Teal, *Fanzines, la révolution du DIY*, Édition Pyramyd, 2010

BLACKWELL, Lewis, *Impounded at the borders of mass communication : whereishere : ideas, materials, images, narrative, toxins*, Londres, Laurence King, 1998

1/2

Anonyme, *Understanding media and culture, an introduction to mass communication*, Minnesota, University of Minnesota Libraries Publishing, 2010

TAPIA, Alejandro, *Graphic Design in the Digital Era : The Rhetoric of Hypertext, Design Issues, Winter 2003, Vol 19, N° 1.* Disponible sur : http://sheltonography.com/

2/2

ARTICLES EN LIGNE

EVANS, Claire, «Multimedia Artist Jaime Levy Was at the Forefront of Web Design Before Websites Even Existed» , *AIGA Eye On Design*, 23 Septembre 2022

SMITH, Ernie, « A Magazine You Can't Bend », *Tedium*, 23 Février 2016

YALCINKAYA, Günseli, «Why are we all so obsessed with early web nostalgia?» , *Dazed Digital*, 28 Février 2022

JOZUKA, Emiko, «Beat Your Eyeballs to Death with This Majestic GeoCities Tribute» , *Vice*, 20 Août 2015

SITES WEB

«Jaime Levy Retrospective of New Media Art 1990 - 2000» , *Jaimelevy.com*
https://jaimelevy.com/art/

QUINN, Tony, «Digital magazines : news and a history timeline», *Magforum*,
http://www.magforum.com/digital_history.htm

AUTRES

«LAUNCH Media Magazine - quick overview» , via *Youtube*

«Unzip - The UK's First Fully Interactive Magazine On CD-Rom» , via *Youtube*

«C64 DiskMags! do you still know? Commodore 64 (C64)» , via *Youtube*

ICONOGRAPHIE

Une partie de mon iconographie proviens du grand travail bénévole d'archivage d'*Internet Archive*
https://archive.org/

Le traitement ANSI des images à été réalisé grâce à l'outil en ligne *ASCII Art Generator*
https://www.ascii-art-generator.org/

Mes titres de parties et dessin ASCII ont été réalisées et collecter grâce à *ASCII Art Archives*
https://www.asciiart.eu/

[TAB] TO GO BACK / [ESC] TO EXIT

Je tiens à remercier Madame Joly et Monsieur Dancoine ainsi que le reste de mes professeurs de DN MADe pour m'avoir accompagné durant la mise à bout de ce mémoire.

Je tiens aussi à remercier chaleureusement mes ami·es qui m'ont soutenu tout au long de ces trois années, vous rendez chaque jours mon quotidien plus doux. **<3**

(C) Copyright Micah Tonnellier. DNMADE3 Objet Éditorial. 2024.
All rights reserved